

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Periklanan televisi merupakan media yang dapat memberikan sarana promosi dan informasi, Adanya iklan televisi memperbaiki keterbatasan penyiaran radio dan kebekuan karakter iklan cetak. Selain itu iklan televisi juga merupakan iklan yang dapat menjadikan jangkauan yang lebih luas dan membuat karakter lebih hidup. Dalam tulisannya M.Suyanto dengan perkembangan teknologi, desain dan aplikasi multimedia iklan televisi mampu menjadi media promosi informasi yang sangat baik bagi instansi. Iklan televisi merupakan kombinasi dari gambar bergerak, suara, dan kesegaran.

Mengingat tempat fitness Life Gym belum ada iklan yang berupa video, Namun sebenarnya tempat fitness Life Gym sudah memakai media lain seperti blog dan facebook, untuk mempromosikan tempat fitness Life Gym. Maka dengan tambahan video iklan ini harapannya dapat menyempurnakan iklan promosi dan informasi pada tempat fitness Life Gym. Hal ini dapat dilihat dari desain dan aplikasi multimedia yang dapat memberikan daya ingat kepada konsumen dan dapat menaikkan citra pada bidang usaha. Tempat fitness Life Gym yang berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta yang tepatnya di jalan Gurameh Raya Selatan No. 24, Tegalrejo, Minomartani, Sleman. Yang menyediakan tempat latihan fitness nyaman dengan peralatan yang lengkap serta instruktur yang berpengalaman. Dengan pembuatan video iklan ini dimaksudkan untuk menyampaikan kepada masyarakat luas yang

menginginkan tempat latihan fitness yang nyaman dan peralatan gym yang lengkap. Sehingga dapat memberikan informasi dan daya tarik kepada masyarakat, diharapkan dengan adanya iklan ini dapat menarik minat masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian dalam penyusunan Skripsi yang berjudul “ PERANCANGAN IKLAN TELEVISI PADA LIFE GYM YOGYAKARTA SEBAGAI MEDIA PROMOSI ”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka dirumuskan masalah yaitu : Bagaimana membuat video iklan televisi LIFE GYM sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan pembahasan dalam hal ini, dibatasi ruang lingkup yang lebih sempit yaitu :

1. Iklan LIFE GYM ini dibuat dengan durasi 30 detik.
2. Iklan berisi tentang fasilitas di LIFE GYM.
3. Software yang digunakan dalam pembuatan video iklan ini yaitu, Adobe Premiere, Adobe After Effects, Adobe Audition, Adobe Photoshop.
4. Teknik yang digunakan live shoot.
5. Materi iklan dalam format PAL (phase alternate line).
6. Iklan akan ditayangkan melalui stasiun televisi.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini secara garis besar sebagai berikut :

1. Membuat video iklan televisi untuk LIFE GYM, yang berguna memberikan informasi pada masyarakat dan sekaligus menjadi media promosi tempat fitness bagi masyarakat luas mengenai LIFE GYM.
2. Dapat menerapkan unsur-unsur pembuatan iklan televisi.
3. Menerapkan teknik-teknik pengeditan efek video yang telah dikuasai.

1.5 Manfaat Penelitian

Periklanan televisi yang telah selesai dibuat dapat digunakan LIFE GYM sebagai media promosi dan dapat membantu penyebarluasan informasi kepada masyarakat.

1.6 Metode Penelitian

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan beberapa metode sebagai berikut :

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Metode ini digunakan penulis untuk tanya jawab kepada pihak terkait guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai LIFE GYM dan permasalahan yang akan diteliti.

2. Observasi

Metode ini digunakan oleh penulis untuk mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian untuk mengamati dan menentukan poin-poin penting yang akan dijadikan objek pembuatan iklan.

3. Metode Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data melalui internet, jurnal, skripsi dan buku sebagai bahan referensi dan panduan untuk melakukan perancangan iklan.

1.6.2 Metode Analisis Data

Analisis terhadap objek yang akan diambil sumber datanya untuk keperluan pembuatan iklan.

1.6.3 Metode Perancangan Iklan

Penulis merancang proses praproduksi yang nantinya bisa mempermudah dalam proses pembuatan iklan.

1.7 Sistematika Penulisan

Agar penyajian laporan mudah dimengerti dan terstruktur, maka dibuatlah sistematika penulisan berdasarkan pokok-pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bagian ini akan menjelaskan teori tentang konsep dasar iklan, dasar-dasar editing video, dasar-dasar efek visual dan software yang digunakan dalam proses editing video.

BAB III. ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Bagian ini menguraikan terkait dengan perancangan terhadap iklan yang akan dibuat, dan juga membahas tentang kebutuhan apa saja yang diperlukan untuk membuat sebuah iklan.

BAB IV. IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai cara dan tahapan pembuatan iklan.

BAB V. PENUTUP

Bagian ini berisikan kesimpulan dari seluruh bab sebelumnya dan saran-saran yang membangun. Kesimpulan merupakan rangkuman dari seluruh pembahasan sekaligus manfaat dan kelebihan dari iklan yang dibuat. Saran berisi kekurangan serta kelemahan iklan itu sendiri serta kemungkinan pengembangan lebih lanjut.

